

## **DIETA SUSTENTÁVEL: COMPROMISSO INDIVIDUAL E RESPONSABILIDADE ORGANIZACIONAL**

CARLOS MAGRI FERREIRA<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Dr. Eng. Agrônomo, Analista da Embrapa da Arroz e Feijão, Santo Antônio-GO, carlos.magri@embrapa.br;

Apresentado no  
Congresso Técnico Científico da Engenharia e da Agronomia – CONTECC  
15 a 17 de setembro de 2021

**RESUMO:** Este trabalho foi realizado no âmbito do movimento Arroz e Feijão: a comida do Brasil, que objetiva incentivar o consumo destes alimentos no Brasil. A razão básica para a escolha destes produtos se deve ao fato que se encaixam perfeitamente no que se busca no recém criado conceito de dietas sustentáveis, que abrange pontos importantes e complementares que não são tratados no conceito de sustentabilidade agrícola. Para determinar as atividades a serem desenvolvidas buscou-se subsídios por meio de um levantamento junto aos consumidores. Etapa realizada em 2018 em Goiânia-GO, Cuiabá e Várzea Grande-MT. Ao analisar os resultados identificou-se eventuais questões que podem estar interferindo na opção individual e familiar quanto ao consumo do arroz e feijão. A expectativa é que o esclarecimento destes pontos para os consumidores, via várias formas de comunicação, os levará refletir sobre sua alimentação, impedindo que sejam substituídos por alimentos que contribuem para o agravamento de problemas de saúde. Diante das dificuldades técnicas e financeiras para se implementar campanhas deste porte, a opção é motivar e buscar parcerias com organizações com abrangência nacional e missão compatível com a proposta. O sistema CONFEA-CREA apresenta as características preconizadas e potencial para dar continuidade a iniciativa, cujo detalhes serão apresentados no presente artigo.

**PALAVRAS-CHAVE:** Segurança Alimentar, Segurança Nutricional, Desenvolvimento Sustentável, Padrões de Consumo, Cultura Alimentar

## **SUSTAINABLE DIET: INDIVIDUAL COMMITMENT AND ORGANIZATIONAL RESPONSIBILITY**

**ABSTRACT:** This work was carried out within the scope of the initiative "Rice and Beans: the Brazilian food of Brazil" aiming to encourage the consumption of these foods in Brazil. The basic reason for choosing these products is that they fit perfectly into what is sought in the newly created concept of sustainable diets. This concept encompasses important and complementary points that are not addressed in the concept of agricultural approach. The first step to determine the activities to be developed was to seek subsidies through the consumers' survey. This survey took place in Goiânia-GO, Cuiabá and Várzea Grande-MT in 2018. possible issues that may be interfering with the individual and family choice regarding the consumption of rice and beans were identified when analyzing the results. The expectation is that clarifying these points to consumers, via various forms of communication, will lead them to have adequate nutrition. reflect on their diet, preventing them from being replaced by foods that contribute to the aggravation of health problems. Given the technical and financial difficulties of implementing campaigns of this size, the option is to motivate and seek partnerships with organizations with national coverage and with a mission compatible with the proposal. In this scenario, the CONFEA-CREA system has potential to continue the work, the details of which will be presented in this article.

**KEYWORDS:** Food Security, Nutrition Security, Sustainable Development, Consumption Patterns, Food Culture.

## INTRODUÇÃO

Dados de saúde pública no Brasil têm apresentado índices alarmantes de certas doenças, inclusive em adolescentes e crianças, com destaque para obesidade, diabetes mellitus tipo 2, hipertensão, enfermidades cardíacas e câncer (Brasil, 2014). De acordo Monteiro et al. (2019) e Eat-Lancet (2019) existe uma correlação destas enfermidades com a mudança dos hábitos alimentares, principalmente pela troca dietas tradicionais por alimentos processados de alto valor calórico e baixo valor nutritivo. Mudança que ocorre em vários países. No entanto, no Brasil dois fatos chamam atenção. Primeiro, o país possui um padrão alimentar tradicional moldado ao longo de séculos, com base em dois alimentos com qualidades nutricionais e com forte apelo social, o arroz e o feijão. Que são de fácil acesso pelas populações de menor renda, sendo produzidos em todo território nacional, em por variados sistemas de produção, por todas categorias de produtores, que contam com um suporte de inovações e conhecimentos técnicos modernos.

O regaste o tradicional padrão alimentar brasileiro à base do arroz e do feijão, além de enfrentar tópicos de saúde e segurança alimentar, também significa salvaguardar a cultura, que envolve maneiras de sentir, pensar, agir, interagir e agir dentro de uma determinada sociedade, bem como atende os preceitos do conceito de dieta sustentável, que diz respeito a proporcionar vida saudável às gerações presentes e futuras, a comercialização seja economicamente justa, os alimentos sejam culturalmente aceitáveis, seguros, saudáveis, acessíveis, contribuam para a segurança alimentar e nutricional, que a produção cause baixo impacto ambiental, otimize os recursos naturais e humanos, proteja e respeite os ecossistemas e a biodiversidade (FAO, 2012). A Academia Nacionais de Ciências, Engenharia e Medicina (2019) subdivide a estrutura da dieta sustentável em quatro dimensões: (1) nutrição e saúde, (2) econômica, (3) social e cultural e (4) ambiental.

Em 2016 a Embrapa tinha em mente que as cadeias produtivas do arroz e do feijão poderiam ser fomentadoras primárias para promover iniciativas objetivando minimizar e contribuir para superar certos problemas econômicos e sociais que o Brasil enfrenta. Planejou um levantamento para conhecer a percepção dos consumidores goianos sobre o consumo do arroz e do feijão. Tal pesquisa foi realizada em janeiro/fevereiro de 2017, contando com o apoio da Universidade Federal de Goiás, da Camil Alimentos e do CREA-GO. Os resultados foram apresentados no seminário "O arroz e feijão na perspectiva do consumidor goianiense", realizado na sede do CREA-GO, em maio de 2017 (<https://youtu.be/ZfynBbv-iB0>).

Naquela época, diante dos argumentos apresentados, do resultado da pesquisa com consumidores e da situação de saúde e nutricional da população brasileira, surgiu a ideia de realizar um movimento para a valorização do consumo do arroz e feijão. Uma proposta foi apresentada nas Câmaras Setoriais das Cadeias Produtivas do Arroz e Feijão, vinculadas ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Nestas instâncias a Embrapa ficou incumbida de elaborar o escopo do movimento, denominado de Arroz e Feijão: a Comida do Brasil - A&F (Figura 1) e que o levantamentos diagnósticos, semelhantes ao feito em Goiás, fossem realizados em oito estados. A execução do A&F foi planejada em três etapas: 1) pesquisa/diagnóstico com aos consumidores; 2) considerando que a alimentação não se trata apenas de uma questão de produção agrícola e necessidade biológica, a avaliação dos dados das pesquisas fosse feito por uma equipe multidisciplinar; 3) os subsídios obtidos cientificamente na etapa anterior fossem elementos norteadores elaboração de projetos, palestras e peças publicitárias customizadas para diferentes perfis de consumidores, profissionais de diferentes áreas de atuação e planejadores de políticas públicas com conteúdos esclarecedores sobre os reais aspectos nutricionais e funcionais, dirimindo equívocos identificado nas pesquisas e reforçando os aspectos positivos proporcionados pelo consumo destes alimentos.



Figura 1. Logomarca do movimento de valorização do consumo do arroz e feijão.

As cores são as da bandeira do Brasil e a forma das letras é similar à usada nas tatuagens, sugerindo contemporaneidade e identificação com o público jovem.

O incentivo ao consumo do arroz e feijão é bem visto pelos setores produtivo, industrial e público. No entanto, nos últimos anos nenhuma proposta foi implementada com sucesso. Segundo Ferreira et al. (2018) parte da frustração dos esforços deve-se à: a) os interesses individuais de atores e dos elos da cadeia produtiva prevalecem sobre o ganho coletivo; b) a desconfiança de empresas e instituições em investir tempo e recursos e ver as não participantes do esforço e investimento financeiro se beneficiarem do resultado da campanha; c) pouco empenho dos líderes em atuar junto a seus pares para implementar as campanhas; d) carência de informações sistematizadas e customizadas sobre os benefícios sociais, econômicos e salutareis para serem divulgadas; e) custo financeiro elevado das propostas de campanhas; f) constantes mudanças na gestão nas empresas públicas, levando descontinuidade de planejamentos e execução de projetos.

Para superar esses obstáculos, além do envolvimento multiprofissional, Ferreira et al. (2019) sugerem adotar os princípios da ação coletiva, ou seja, aproveitar a existência de interesses/aspirações comuns entre indivíduos, as quais possibilitam a proposição de ações coordenadas de dinâmicas para alcançar objetivos. O objetivo comum no caso em tela é a conscientização da validade do empenho para manter o consumo do prato típico e símbolo do Brasil. A expectativa era que as ações planejadas motivariam o consumo destes produtos, trazendo benefícios à saúde. Com o aumento da demanda se criaria círculos de feedback entre consumidores, produtores e formuladores de políticas, gerando efeitos propulsores, fortalecendo a atividade, incentivando a produção por meio de práticas ecoeficientes, que por sua vez provocaria o desenvolvimento multidimensional dessas cadeias produtivas. Desse modo, o impacto final atingirá também a questão cultural, econômica, social e ambiental.

O trabalho não aconteceu conforme programado. As causas citadas anteriormente não foram superadas e o movimento foi praticamente interrompido devido a pandemia do Covid-19. Porém, os problemas de saúde persistiram, e outro se agravou, a segurança alimentar. Estudo realizado em 2021 pela Rede Penssan (Rede Brasileira de Pesquisa em Soberania e Segurança Alimentar e Nutricional) assegura que dos 211,7 milhões de brasileiros, 116,8 milhões conviviam com algum grau de Insegurança Alimentar e, destes, 43,4 milhões não tinham alimentos em quantidade suficiente e 19 milhões enfrentavam a fome. Portanto, atualmente, 44,8% da população encontra-se em segurança alimentar, sendo que em 2004 era 64,8%. Ressalta-se que até 2013 pesquisas mostravam regressão da fome no país (Rede Penssan, 2021). Esta situação no Brasil é estereotípica considerando que em 2020 o país produziu alimentos para 560,4 milhões de pessoas de outros países (Contini & Aragão, 2021) e possui sólido e democrático padrão alimentar.

## **MATERIAL E MÉTODOS**

Em conformidade com o previsto no escopo do A&F definido em 2017, a Embrapa e a Universidade Federal de Goiás elaboraram e aplicaram um questionário nas regiões metropolitanas das capitais dos estados de Goiás e Mato Grosso. Em Goiânia teve caráter piloto e em Mato Grosso foi iniciativa do Sindicato Estadual das Indústrias de Arroz no Estado de Mato Grosso -SINDARROZ-MT, conforme havia sido acordado na Câmara Setorial da Cadeia Produtiva do Arroz. Portanto, das nove pesquisas com consumidores previstas ocorreram somente duas.

O método utilizado preconiza que os locais de coleta de dados seja supermercados, escolhidos sob o critério de formar um círculo marginal nas cidades, um na região central, e outros formando um círculo marginal, levando em conta características socioeconômicas dos bairros vizinhos, sempre buscando não repetir condições semelhantes. O tamanho da amostra seja determinado pela fórmula utilizada por Triola (2005) e que a abordagem dos entrevistados seja aleatória. As variáveis coletadas são quantitativas discretas e qualitativas (nominais e ordinais). Por se tratar de uma pesquisa de opinião optou-se pela escala Likert. A escolha do software para realizar as análises estatísticas é livre. Para analisar os dados de Goiás e Mato Grosso utilizou o software IBM SPSS Statistics (<https://www.ibm.com/br-pt/marketplace/spss-statistics>).

A regionalidade é um aspecto relevante, considerando a diversidade social, ambiental, econômica e cultural existente no Brasil. Além disso, o conteúdo das publicidades poderão causar diferentes reações, dependendo da categoria do leitor, indivíduo, família, profissional, planejadores de políticas (Ferreira, et al., 2020).

Por questões práticas e lógicas para implementar A&F é essencial que haja uma instituição coordenadora em cada estado. No entanto, um detalhe diferencial do A&F é que não cabe a esta

instituição a execução de todas atividades, tampouco ser provedora dos recursos financeiros. Sendo sua principal incumbência viabilizar a terceira etapa, ou seja, incentivar o fornecimento de informações a serem divulgadas. Cabendo aos agentes das cadeias produtivas, sejam eles empresas de beneficiamento, mercado varejista, empresas de insumos agrícolas, instituições de pesquisa e extensão rural e universidades, entre outros a obtenção de recursos e a escolha dos meios de execução de atividades, seja as de propagação de informações ou outras previstas na terceira etapa. Portanto, as atividades não são padronizadas nacionalmente, mas ajustadas às demandas e condições locais.

Os resultados das pesquisa com consumidores de Goiás e Mato Grosso foram avaliados por diferentes categorias de profissionais e subsidiaram as seguintes ações: a) elaboração e distribuição de quatro folders ("Feijão representando o povo brasileiro em forma de grãos", "Arroz: Protagonista da mesa brasileira", receitas à base de arroz e feijão e "resgatando a tradição e aprimorando o padrão alimentar brasileiro"), calendário com o as palavras "2017 serão diferentes: ano de valorização do arroz e feijão"; b) publicação de artigos em periódicos, congressos, revistas, jornais; c) exposição de cartazes na sede do Ministério da Agricultura, Pecuária e \abastecimento em Brasília; d) participação em eventos e exposições direcionadas para pequenos agricultores; e) realização de palestras; f) participação de programas de televisão e g) publicação de um livro com capítulos escritos por médicos, sociólogos, psicólogos, agrônomos, nutricionistas e economistas.

## **RESULTADOS E DISCUSSÃO**

As informações obtidas nas pesquisas com consumidores corroboram a viabilidade da proposta A&F. Destaca-se algumas delas: a) percepção da importância do consumo em pelo menos uma refeição diária; b) que a decisão de compra é influenciada pela marca comercial, informações nas embalagens, preço e aspecto visual do grão (cor, forma, tamanho, uniformidade); c) praticidade de preparo de ambos; e) possuem propriedades nutricionais benéficas; f) que a manutenção do consumo é favorecida pela tradição do hábito alimentar brasileiro; g) disposição para pagar mais caro por alimentos oriundos de sistema não convencionais, como orgânico por serem mais saudáveis; h) a ingestão de arroz e feijão faz com que as pessoas se sintam satisfeitas e bem alimentadas; i) são indispensáveis na alimentação das crianças; j) não associam que o consumo seja mais recomendado para pessoas que executam trabalhos braçais ou que praticam atividades físicas regularmente. Como pontos negativos destacam-se a percepção que a ingestão de arroz e feijão está associada à ganho de peso corporal, que na presença hipertensão, obesidade, diabetes, alta taxa de triglicérides e de colesterol deve haver redução da quantidade consumida.

Com o agravamento da situação nutricional de parte da população brasileira com a pandemia, principalmente nas classes sociais menos favorecidas, previsão de persistência de altas taxas de desemprego, recomendam a efetiva retomada para realização do A&F como um desafio da sociedade como um todo. O presente artigo tem a pretensão de atingir este objetivo. Evidentemente com ajustes na proposta inicial. Principalmente em virtude dos episódios ocorridos e aprendizados desde 2017 a sugestão é que a retomada do movimento tenha como instituição impulsionadora o sistema CONFEA-CREA com suas regionais.

Desta maneira, os dados citados e outros obtidos nas pesquisas ao serem avaliados por equipes multidisciplinares, à luz de contextos regionais, fará com que aforem propostas e estratégias apropriadas, fidedignas e fundamentadas em conhecimentos científicos para elaboração das peças publicitárias e outras atividades motivando os agentes das cadeias produtivas a participar do movimento.

Em suma, para a população o importante não é a profusão de estudos teóricos e divulgação de conceitos, mas implementação de ações práticas que contribuam para superar suas dificuldades e demandas. Neste sentido, o resultado esperado com o A&F é que os cidadãos tomem decisão de que caminho desejam trilhar em termos de produção e alimentação sustentáveis. Desejo que está plenamente em consonância com a missão do sistema CONFEA/CREA. Além disso, a valorização do consumo do arroz e feijão aproxima o sistema da sociedade, mostrando que além de regulamentar a profissão, atua com responsabilidade social. Para alcançar o objetivo final será necessário constituir parcerias com outras instituições, incluindo a Embrapa, e, sobretudo, que a compreensão e sensibilidade dos engenheiros agrônomos e de outros profissionais é fundamental no processo de restauração do prato mais típico do brasileiro.

## CONCLUSÃO

Os resultados das pesquisas/diagnósticos e a atual instabilidade alimentar, reforçam o valor e a relevância do arroz e feijão na vida dos brasileiros e a conveniência de se colocar em prática o movimento Arroz e Feijão: a comida do Brasil. Jornada que se inicia com profissionais da área agrícola, saúde, comportamental, sociólogos e nutricionistas revisitando, com perspectiva regional, os dados das pesquisas feitas com consumidores. A realização desta tarefa permitirá determinar se será necessário realizar outras pesquisas ou se os dados existentes são suficientes para iniciar a terceira etapa, que engloba a divulgação de informações para os cidadãos ou outras atividades para valorizar o consumo do arroz e feijão com o propósito de superar problemas de saúde e de instabilidade alimentar que parte da população brasileira está enfrentando. Nada disso ocorrerá sem que uma instituição regional assuma a coordenação e catalise ações para que cruzada proposta consiga superar ou, no mínimo, minimizar o incômodo e indigno cenário. A primeira vitória seria sensibilizar o CONFEA para que seja porta-voz da proposta do movimento aos CREAs dos estados, e que estes aceitem o desafio e inicie a mobilização de empresas e organizações e seus profissionais e os planejadores de políticas públicas.

## AGRADECIMENTOS

Aos colegas Reginaldo Santana Figueiredo, Tamillys Cientelly de Lellis Albernaz Luz e Alcido Elenor Wander que participaram de etapas do trabalho, ao Henrique Cesar de Oliveira Ferreira pela leitura e sugestões na elaboração do artigo e a Bolsinha Informativos Ltda pelo apoio financeiro na análises dos dados por profissionais de nutrição.

## REFERÊNCIAS

- Eat-Lancet. Alimento planeta saúde: dietas saudáveis a partir sistemas alimentares sustentáveis. Disponível em: [https://eatforum.org/content/uploads/2019/04/EAT-Lancet\\_Commission\\_Summary\\_Report\\_Portuguese.pdf](https://eatforum.org/content/uploads/2019/04/EAT-Lancet_Commission_Summary_Report_Portuguese.pdf). Acesso em: 19 julho de 2021.
- Brasil. Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção à Saúde. Guia alimentar para a população brasileira. 2. ed. Brasília, DF, 2014. 152 p.
- Contini, E.; Aragão, A. Agro do Brasil alimenta quase 10% da população mundial. *Agroanalysis (FGV)*, v 41, p 16-17. 2021.
- FAO. 2012. Sustainable diets and biodiversity: Directions and solutions for policy, research and action. Proceedings of the International Scientific Symposium, Biodiversity and Sustainable Diets United Against Hunger, November 2010, Rome, Italy.
- Ferreira, C. M.; Figueiredo, R. S.; Luz, T. C. L. A. Arroz e feijão: Intervenção multi-institucional em prol do Brasil. *Revista de Política Agrícola*, v.1. p. 96-112, 2018. Disponível em <https://seer.sede.embrapa.br/index.php/RPA>
- Ferreira, C. M.; Figueiredo, R. S.; Luz, T. C. L. A. Arroz e feijão alimentação cidadã do Brasil. In: IV Encontro nacional de Pesquisa em Soberania e segurança alimentar. IV ENPSSAN, 2019, Goiânia-GO, Paradigmas e desafios para uma ciência cidadã em soberania e segurança alimentar e nutricional. Anais...
- Ferreira, C. M.; Wander, A. E. Figueiredo, R. S. Staple food consumption influencing economic, social, cultural, nutritional, and public health aspects in Brazil. *TROPENTAG 2020: Food and nutrition security and its resilience to global crises*. Germany. 2020.
- Monteiro, C. A.; Cannon, G.; Lawrence, M.; Louzada, M. L. C.; Machado, P. P. Ultra-processed foods, diet quality, and health using the NOVA classification system. Rome: FAO, 2019. 44 p.
- National Academies of Sciences, Engineering, and Medicine. 2019. Sustainable diets, food, and nutrition: Proceedings of a workshop. Washington: The National Academies Press. <https://doi.org/10.17226/25192>.
- Rede Brasileira de Pesquisa em Soberania e Segurança Alimentar- Rede Penssan). VIGISAN: Inquérito Nacional sobre Insegurança Alimentar no Contexto da Pandemia da Covid-19 no Brasil. Rio de Janeiro: Rede Penssan, 2021. Disponível em: <http://www.fao.org/family-farming/detail/fr/c/1392789/>. Acesso em: 19 julho de 2021.
- TRIOLA, M. F. Introdução à estatística. Rio de Janeiro: LTC, 2005. 656 p.